OPERATION NATIONALE « LES SACRIFIES »

Mode d'emploi
à destination de tous les représentants de l'UPA et de ses organisations membres

Les Sacrifiés - Présentation

L'opération « les sacrifiés » est une action d'envergure nationale qui vise à faire réagir le gouvernement afin qu'il allège la pression fiscale, parafiscale et sociale sur les entreprises de proximité.

Tous les artisans et commerçants de proximité peuvent se mobiliser sans difficulté car cette opération ne nécessite aucun déplacement, aucune fermeture, aucune dépense.

Les conditions du succès de cette opération reposent sur la mobilisation indissociable de 4 populations :

- Les chefs d'entreprises de proximité
- Les journalistes de tous les médias nationaux et régionaux TV /Radio / Presse / Web
- Le grand public appelé également à signer la pétition
- Les élus locaux et nationaux appelés à prendre en compte les revendications de l'UPA

Votre rôle est décisif pour parvenir à mobiliser ces publics.

Le cœur de l'opération a lieu le 13 novembre au matin : idéalement, tous les Français découvrent sur les lieux de travail et sur les véhicules des artisans etdes commerçants de proximité, l'affichette suivante :

Chacun disposera également d'un argumentaire justifiant l'action et de feuillets de pétitions qu'ils signeront et feront signer à leurs clients, leurs salariés et leurs proches.

Le site www.sauvonslaproximite.com est l'unique espace contenant la totalité des informations nécessaires à tous les publics.
C'est à partir de ce site que les artisans et les commerçants de proximité pourront imprimer affichettes et pétitions sur des feuilles A4.
Ceux qui ont un site web ou un blog y trouveront également des visuels adaptés.

La durée de l'opération qui commence le 13 septembre au matin est fixée à 15 jours minimum, à la convenance de chacun.

Les Sacrifiés - Mode d'emploi

Vous êtes invité(e) à mobiliser les 4 populations citées plus haut.
Vous trouverez ci-après le calendrier des actions à mener.

Du 5 au 8 novembre :
sensibilisez les artisans et commerçants de proximité d'une part, les médias d'autre part

Commencez par **recueillir un maximum d'adresses mail** de personnes susceptibles de participer à la mobilisation : responsables des organisations professionnelles membres de l'UPA, adhérents de ces organisations,chefs d'entreprise, éventuellement clients, ou même familles et amis. Une fois ce vivier de « sympathisants » constitué, vous pourrez ainsi informer en une fois la totalité de vos contacts, du contenu de la mobilisation, des modalités de participation et les encourager à la relayer à leur tour auprès d'un maximum de personnes. Dans l'idéal, **le courrier d'information à tous vos contacts (modèle joint) devra se faire dans la mesure du possible le 8 novembre**, au lendemain de l'ouverture du site et avant un congé de 3 jours.

Nous attirons votre attention sur l'intérêt qu'il y aura à dégager un peu de disponibilité, à la suite de cet envoi, afin de pouvoir répondre aux questions que pourrait susciter le mail de mobilisation.

Par ailleurs, **chaque UPA territoriale devra choisir une rue commerçante de la capitale régionale ou départementale ou de chaque grande ville, dans laquelle « les sacrifiés » devront être massivement visibles et participatifs de façon à convaincre les journalistes du succès de l'opération**. Quelques représentants de l'UPA se rendront avant le 13 novembre sur place pour expliquer l'opération aux artisans et commerçants concernés, pour leur remettre des exemplaires des affichettes et pour les convaincre de jouer le jeu en affichant largement les éléments de communication proposés et en interpellant leurs clients à compter du 13 novembre afin qu'ils signent la pétition.

En parallèle, **chaque UPA territoriale devra inventorier tous les médias locaux, récupérer les contacts des journalistes ou responsables de rédaction, et leur envoyer un « save the date » leur annonçant un courriel le 12 novembre de présentation de la mobilisation du 13 avec un lien vers le site internet**. Il convient d'être le plus exhaustif possible : la presse régionale et locale, les radio locales, France 3 en région, les télévisions locales, les sites web dits de « bloggeurs influents » que vous connaissez, les médias des institutions (Conseil régional, Conseil général, grande commune etc).

Au plus tard le 12 novembre au matin, vous recevrez par courriel le dossier de presseà envoyer aux rédactions. Il vous suffira d'ajouter vos coordonnées pour tout contact ultérieur. En outre, nous vous encourageons à organiser une rencontre avec la presse le 13 novembre au matin dans la rue pré-sélectionnée afin que les journalistes constatent de visu l'opération et qu'ils puissent échanger avec les représentants de l'UPA ainsi qu'avec les artisans et commerçants présents.

Le site internet

Voici la partie haute du site :

UPA
les entreprises de proximité
LES SACRIFIÉS
SI ON NE FAIT RIEN LA PROXIMITÉ VA MOURIR
TOUT LE MONDE SERA TOUCHÉ. TOUT LE MONDE !
VOIR LA VIDÉO
LES SACRIFIÉS
QUI SOMMES NOUS ?
CE QUE NOUS VOULONS
KIT DE MOBILISATION

Ce que contient ce site web

- Le film destiné à être très largement diffusé par les médias et par la viralité entretenue par les visiteurs du site
- « Ce que nous voulons » : nos revendications qui apparaissent dès l'ouverture du site
- « Qui sommes-nous ? »
- « Kit de mobilisation » et téléchargement
- La pétition en ligne
- La galerie de photos des vitrines et véhicules (les artisans et commerçants sont invités à poster des photos sur la page Facebook de l'opération et ces photos seront automatiquement transférées sur le site web)
- Les discussions Facebook
- les liens vers la page Facebook de l'opération, le site Twitter de l'UPA, les sites de la CAPEB, de la CNAMS et de la CGAD.

Le 12 novembre : sensibilisation des médias et des élus locaux

Comme évoqué plus haut, le 12 novembre dans la matinée vous recevrez par courriel :
Le message destiné aux médias avec le dossier de presse que vous placerez en pièce jointe (après avoir inscrit vos coordonnées dans le chapitre « Contact Médias »)

Le message destiné aux élus locaux et que vous enverrez également par courriel à ceux de votre territoire: députés, sénateurs, maires, conseillers régionaux, conseillers généraux etc.

Le 13 novembre : lancement de la mobilisation !

Un maximum d'artisans et de commerçants affichent leur participation à l'opération « les sacrifiés ». Journalistes et représentants de l'UPA se retrouvent dans la rue commerçante choisie au préalable et font le constat du mécontentement général et des revendications portées par l'UPA. Les artisans et commerçants encouragent leurs clients à signer la pétition afin de soutenir la proximité, soit sur le site internet, soit sur place en signant le support papier de la pétition qui sera ensuite envoyé à l'UPA départementale ou à l'UPA nationale (quand la page sera remplie de signatures). Tous les participants à la mobilisation relaient l'opération par courriel vers le site mais aussi via facebook et twitter.